

بررسی های حقوقی

## اعتبار و بیمه صادراتی برای تشویق صادرات

بیمه اعتبار صادراتی، صادرات را بیمه می‌کند یا اعتباردهندگان را در برابر خطرات تجاری یا سیاسی احتمالی در مبادلات بین‌المللی، تضمین می‌نماید. مبالغ تخصیصی برای اعتبار می‌تواند زیاد باشد. سوبسیدهای پرداختی از طرف سیستم برنامه‌های اعتبار و بیمه صادراتی فرانسه، که از پرهزینه‌ترین برنامه‌های جهان در این زمینه است، در فاصله سالهای ۱۹۸۱-۸۴ بین ۱/۲ تا ۲/۷ میلیارد دلار بوده است. در سریلانکا «تنزیل مجدد»<sup>۶</sup> اعتبار برای صادرات غیرصنعتی (عمدتاً کالاهای صنعتی) از طرف بانک مرکزی، سوبسیدهایی معادل ۰/۶ درصد ارزش صادرات صنعتی در دوره ۱۹۸۳-۸۵ را نشان می‌دهد. گرچه این رقم تنها تأثیر اندکی بر میزان صادرات داشته است، اما این سوبسیدها برای بانک مرکزی سریلانکا حدود ۱۶۰ میلیون روپیه (بدون احتساب بهره، یا حدود ۲ درصد دارائی‌های خالص

بسیاری از کشورها از سیاستهای تشویق صادرات استفاده می‌کنند تا «تمایلاتی»<sup>۱</sup> را که علیه صادرات وجود دارد تقلیل داده یا محو نمایند، بطوریکه «محرکهای»<sup>۲</sup> صدور و محرکهای فعالیتهای جایگزین واردات در یک سطح قرار گیرند. این سیاستها گاه وسایل «موثری»<sup>۳</sup> را برای تشویق صادرات، همچون برنامه‌های «اعتبار صادراتی»<sup>۴</sup> و «بیمه اعتبار صادراتی»<sup>۵</sup>، بخدمت می‌گیرند که هدف آنها برابر ساختن محرکها از راه افزایش حمایت موثر از صادرات به جای کاهش حمایت از فعالیتهای رقیب در بخش واردات است. اعتبارات ممکن است بلندمدت یا کوتاه مدت بوده و قبل یا بعد از حمل کالاهای صادراتی اعطاء گردد.

- (1) Biases (2): Incentive (3): Active (4): Export credit  
(5): Export credit insurance (6): Redis counting

بانک مرکزی) در آخر سال ۱۹۸۵، هزینه در برداشته است.

برنامه‌های دولتی اعتبار و بیمه صادراتی تنها بخش کوچکی از (۵ تا ۱۰ درصد) تجارت بین‌الملل را تحت پوشش خود قرار می‌دهند. این برنامه‌ها همواره از سویید برخوردارند، چه در غیر این صورت کاربرد نخواهند داشت. تجارب حاصله، برنامه‌هایی از این نوع را چندان توصیه نمی‌کند، زیرا هزینه اجرای آنها زیاد و نظارت بر آنها نیز دشوار است. بعلاوه برنامه‌های مزبور تحت فشارهای سیاسی و اقتصادی قرار دارند که مایلند اهداف آنها را با شکست روبرو سازند.

اکثر برنامه‌های مربوط به کشورهای در حال توسعه که مورد بررسی قرار گرفتند، و در واقع زیربنای مقاله حاضر را تشکیل می‌دهند، بر «اعتبار پیش از حمل»<sup>۱</sup> تأکید دارند. اما بعضی از آنها طبق شرایطی مشابه شرایط کشورهای عضو «سازمان همکاری اقتصادی و توسعه»<sup>۲</sup> «اعتبار پس از حمل»<sup>۳</sup> را نیز در قالب بلندمدت می‌پردازند. میزان سویید نیز در کشورهای مختلف به نحو چشمگیری

متفاوت است. بطور کلی، بنظر میرسد که «اعتبار صادراتی ترجیحی»<sup>۴</sup>، وسیله‌ای تلقی می‌شود که تمایلات موجود علیه صادرات را که از سیاستهای حمایتی در برابر واردات نشأت می‌گیرد، خنثی می‌نماید. همینطور، بیمه اعتبار صادراتی پیش‌بینی شده، انگیزه چشمگیری را برای صدور کالا ایجاد نمی‌کند، بطوریکه صادرات بیمه شده تمام کشورهای تحت مطالعه (به استثنای هند) کمتر از ۱۰ درصد صادرات آنها را تشکیل می‌دهد.

### اعتبار و بیمه اعتبار صادراتی

گاه گفته می‌شود «نظریه عدم تعادل‌های داخلی»<sup>۵</sup>، که مبنای کلی تشویق صادرات را فراهم می‌آورد، مبنای برنامه‌های اعتبار صادراتی نیز می‌باشد. این نظریه نشان می‌دهد در مواردی که سیاستهای حمایتی، تمایلاتی علیه صدور کالا ایجاد کنند و نتوان این تمایل را مستقیماً از بین برد، پرداخت سوییدی معادل به فعالیتهای صادراتی می‌تواند حالت تعادل را

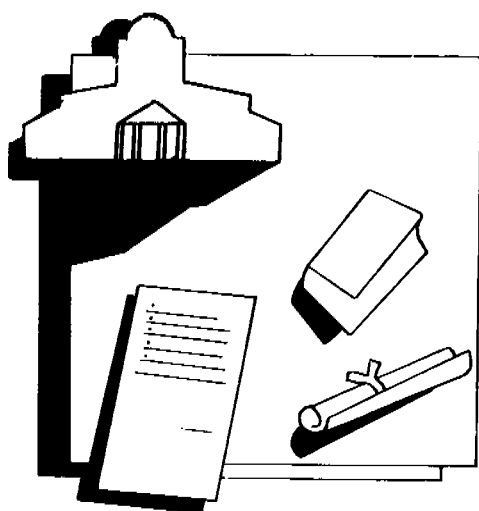
(1): Preshipment credit

(2): Organization for Economic Co - operation and Development (OECD)

(3): Post - shipment credit

(4): Preferential export credit

(5): Theory of domestic distortions



بازگرداند، تجارت را در مسیر «مزیت نسبی»<sup>۱</sup> تشویق کند و رفاه اقتصادی را بهبود بخشد. تمایل علیه صدور هنگامی بوجود می آید که قیمت «داده ها و ستاده ها»<sup>۲</sup> در بازار با هزینه های اجتماعی واقعی آنها تفاوت دارد. بنابراین هزینه بالای تولید در بخش صادرات، یا وجود قیمت های جذاب تر برای فعالیتهای جایگزین واردات، یا هر دو، به تولید صادراتی لطمه می زنند.

هدف برنامه های اعطای اعتبار (پیش یا بعد از حمل) خنثی کردن تمایلاتی است که علیه صدور کالا وجود دارد. اعتبار پیش از حمل هزینه سرمایه را به سطحی کمتر از قیمت های موجود برای تولیدکنندگان بازار داخلی تقلیل داده یا با آن برابر می سازد. در برنامه های اعتبار صادراتی پس از حمل، بدنبال خارج شدن کالا از کارخانه، اعتباراتی به صورت کوتاه یا بلندمدت اعطاء می گردد. این برنامه ها با اعطای اعتبار به خریداران به نرخهایی کمتر از سایر منابع اعتباری، قیمت صادراتی کالاهای سرمایه ای را کاهش می دهند.

بدلایی چند، بطور کلی سیاستهایی که تمایلات مورد بحث را از میان می برند، بر سیاستهایی که آنها را خنثی می کنند،

ارجحیت دارند. این دلایل عبارتند از:

(۱) خنثی کردن سیاستهای حمایتی در مورد کالاهای وارداتی مستلزم پرداخت سوبسیدهایی بهمان میزان برای کالاهای صادراتی است. حتی اگر هماهنگ کردن چنین سیستمی ممکن باشد، حفظ این نوع تعادل باز مالی سنگینی بر دوش مصرف کننده داخلی تحمیل می کند.

(۲) پرداخت سوبسید، تمایلات موجود علیه کالاهایی را که داد و ستد نمی شوند، تشدید می کند و اینکار ناآگاهانه انحرافات جدیدی را در قیمت ها بوجود می آورد.

(۳) تشخیص این امر دشوار است که میزان «جبران»<sup>۳</sup> در چه سطحی تعیین شود و

(1): Comparative advantage

(2): Inputs and outputs

(3): Compensation

نرخ بهره سوبسید شده در چه فواصل زمانی تغییر پیدا کند.

(۴) اعتبار ابزار ضعیفی است زیرا جنبه «مثلی»<sup>۱</sup> دارد و نمی توان آنرا بسادگی هدف گرفت.

(۵) ایجاد انحرافات جدید در قیمتها، برای مقابله با فشارهای سیاسی و اقتصادی که مسئله اصلی را سبب شده است، کاری از پیش نمی برد و در واقع تنها ممکن است تعداد تولید کنندگان را، بسته به سخاوت دولت، افزایش دهد.

(۶) یک برنامه تشویق صادرات «موثر» را باید با وضع مالیاتهای بالاتر یا اعمال نظارت دولت بر فعالیتهای اقتصادی تأمین مالی نمود.

(۷) سوبسیدهای صادراتی — حتی سوبسیدهای اعتباری خیلی به میزان یک درصد — اغلب از سوی دیگر کشورها خنثی شده اند.

برای مؤثر بودن و ایجاد کمترین مشکل، این برنامه باید در بازاری مداخله نماید که در آن انحراف قیمتها وجود دارد. برای مثال اعتبار صادراتی پیش از حمل، هزینه سرمایه را تغییر می دهد و بنابراین تنها در صورتی باید مورد استفاده قرار گیرد که در بازارهای سرمایه، انحرافات موجود باشد. بدین ترتیب

یک مداخله بدقت حساب شده در بازار سرمایه، از لحاظ نظری می تواند قیمت های نسبی عوامل را تغییر دهد، به افزایش تولید منجر شود و به اقتصاد کشور اجازه دهد که به سطح صحیح تولید برسد. بعکس، مداخله در بازار کالا (برای مثال، وضع مالیات یا اعطای سوبسید به تولید) با نادیده گرفتن قیمت عوامل که فاقد تعادلند، تنها اقتصاد را به سوی یک ترکیب صحیح تولید سوق خواهد داد، بدون اینکه همزمان در تولید افزایشی رخ داده باشد.

«نارسانائی بازار سرمایه»<sup>۲</sup> (اعم از واقعی یا فرضی) مبنای استدلالهای بسیاری است که برای اعتبار صادراتی بعمل می آید. ادعا میشود این نارسانائی هنگامی بوجود می آید که صادرکنندگان برای دریافت اعتبارات کوتاه مدت پیش از حمل، با نرخهای بهره قابل مقایسه یا کمتر از نرخهای بهره معمول در بخشهای دیگر، با مشکل روبرو می گردند. باید متذکر شد که علاوه بر ضعف های بازار، دلایل متعددی در دست است که چرا صادرکنندگان در اخذ اعتبار مشکل پیدا می کنند.

فقدان اطلاعات در مورد خطرات احتمالی که فعالیتهای صادراتی را تهدید می کند، ممکن است سبب گردد که

(1): Fungible

(2): Capital market failures

قرض دهندگان شرایطشان را سخت تر کنند و یا در مواردی که نرخ بهره تحت کنترل قرار دارد، از اعطای قرض به صادرکنندگان اجتناب ورزند. بدین ترتیب وانمود می شود که تأمین مالی صادرات ناکافی است. اگر صادرکنندگان، بیمه گران یا وام دهندگان درک غلطی از موضوع داشته باشند، واکنش صحیح آن است که اطلاعات بهتری در اختیار آنان قرار گیرد.

هر چند، نرخهای بالای بهره و شرایط سخت اعطای اعتبار ممکن است در واکنش به خطرات زیادی باشد که در یک فعالیت صادراتی وجود دارد، اما در برخی موارد، نرخهای بالای بهره ممکن است صادرکنندگان را از مبادرت به فعالیتهای تجاری بازدارد. اگر عدم صدور کالا بدان دلیل باشد که صادرات، اصولاً غیراقتصادی است یا در آن خطر عدم باز پرداخت بسیار بالاست، این امر به نفع کشور خواهد بود. صادراتی که جز اتلاف دارائی های کشور چیزی عاید آن نمی کنند نباید مورد حمایت دولت قرار گیرند.

احتمال نمی رود که سیاستهای اعتباری هدایت شده، پاسخی مؤثر به مشکلات گسترده ناشی از ساختار مالی ضعیف کشورهای در حال توسعه باشد. هنگامیکه ساختار مالی ضعیف است، اعتبار برای

مواردی تخصیص داده می شود که بیشترین ارزش را ندارند. سیاستهای اعتباری هدایت شده (از جمله اعطای اعتبار پیش از حمل)، تضمینات<sup>۱</sup>، تنزیل مجدد یا سایر مداخلات، اعتبار را به میزانی بیش از مزیت نسبی کالای مورد نظر، تخصیص میدهند و بجای تقویت، ساختار مالی کشور را تضعیف می کنند.

صادرکنندگانی که برای دریافت اعتبار اولویت دارند، لزوماً از این اعتبار به گونه ای مؤثرتر از دیگر صادرکنندگان استفاده نمی کنند. احتمال نمی رود که اعتبار ترجیحی بتواند بازار سرمایه را کارآمدتر سازد و احتمالاً در قیاس با سیاست آزدسازی کلی بازار مالی از اولویت پائین تری برخوردار است.

جمهوری کره از اواسط دهه ۱۹۶۰ تا سال ۱۹۸۲ از محرکهای صادراتی گوناگونی استفاده کرده است. «سیاستهای اعتباری انتخابی»<sup>۲</sup> این کشور، اعتبار را به سوی فعالیتهای صادراتی هدایت کرد، اما اینکار به بهایی گزاف صورت گرفت و عدم تعادلهای جدیدی در قیمتها بوجود آورد. حتی مطالعه ای نشان میدهد که این سیاست تأثیر زیادی بر صادرات کره نداشته، بلکه هر یک وان اعتبار، هزینه ای معادل ۰/۲۴ وان را بر دوش این کشور گذاشته است. اینکه

(1): Guarantees

(2): Selective credit policy

قرار گیرد. هنگامیکه وسایل غیربازاری سهم اعتبار را تعیین می‌کند، اگر صادرکنندگان اجازه یابند که ردیف اول را اشغال کنند، دیگران باید به ردیف‌های عقب بروند. صادرکنندگان لزوماً از اعتبار به گونه‌ای کارآمدتر از دیگران استفاده نمی‌کنند. اما این امکان وجود دارد که ماهیت و دامنه شکست این سیاست و منافع و مضار مداخله بیشتر را در عمل نشان داد.

### بیمه و تضمینات صادراتی

مبانی بیمه صادراتی به عدم تعادل‌های داخلی مربوط است و در کانون آن یافتن نوع بیمه‌ای، با «حق بیمه»<sup>۱</sup> معقول، برای تحت پوشش قرار دادن خطرات تجارت بین‌المللی قرار دارد. عدم وجود یا هزینه بالای این بیمه گاه ناشی از نارسائی بازار تلقی میشود.

عدم اطمینان در تجارت بین‌المللی خطرات مختلفی را در بردارد و زیان‌های احتمالی معاملات خارجی را در قیاس با تجارت داخلی بیشتر می‌کند. این عدم اطمینان، میان قیمت جهانی کالا و قیمت پیشنهادی صادرکننده — که به دلیل خطرات فوق کمتر است — شکاف ایجاد می‌کند. این شکاف معرف تفاوت میان رقمی است که صادرکننده انتظار دارد دریافت کند (با در نظر گرفتن این احتمال

سیاست‌های اعتباری انتخابی اشاره شده سهمی در رشد صادرات کره ایفا کرده‌اند یا نه جای بحث بسیار دارد. عده‌ای اظهار میدارند که بدون دسترسی مطلوب به سرمایه بلند یا کوتاه مدت، شاهکار صادرات کره احتمالاً چیزی در این حد نبود، زیرا دیگر سیاست‌های ایجادکننده انحراف در قیمت‌ها، صادرکنندگان کره‌ای را فلج می‌کرد. بهر حال، بهای این سیاست‌های مالی که ناظر بر بخش‌های خاصی از اقتصاد کشور است می‌تواند گراف باشد زیرا مؤسسات کوچک از آن منتفع نمی‌شوند و قرض‌گیرندگان کمتر مولد امکان می‌یابند که سهم نامتناسبی از سرمایه را به خود اختصاص دهند، این سیاست‌ها همچنین به تولیدات سرمایه‌بر، بیشتر کمک می‌کنند، تمرکز صنعتی را شدت می‌بخشد و مانع توسعه بخش مالی می‌گردد.

آنچه اغلب به عنوان ناتوانی بازار سرمایه اظهار می‌گردد، در عمل حاصل سیاست‌های عمدی دولت برای هدایت سرمایه به سوی فعالیتهای خاصی چون خانه‌سازی، کشاورزی، و یا کسر بودجه است. دیگران که فاقد دسترسی به این اعتباراتند از چنین سیاست‌هایی زیان می‌بینند. سیاست مداخله بیشتر — که اعتبار را به سوی صادرکنندگان هدایت می‌کند — ممکن است در مقایسه با سیاست امحاء تبعیض‌های سیاست اعتباری اصلی، در مرتبه پایین‌تری

اندک که قیمت کالا دریافت نگردد) و قیمتی که خریدار انتظار دارد بپردازد. شکاف مورد بحث یک انحراف در قیمت نیست، بلکه عنصری ذاتی را در تجارت بین المللی بشمار می آید و فی نفسه مداخله دولت را توجیه نمی کند.

بیمه اعتبار صادراتی، تضمینات صادراتی و اعتبار صادراتی پس از حمل (همراه با سوبسید) این شکاف را بصورت نهادی در می آورد، آنرا منتقل می سازد و شاید با سهیم شدن در خطر، شکاف مزبور و هزینه های مربوط به آنرا برای صادرکننده و کشور صادرکننده تقلیل می دهد، اما در هر حال این وسایل نمی توانند آنرا بطور کامل از میان بردارند. در صورتیکه حق بیمه پرداختی از زیانهای مورد انتظار صادرکننده کمتر باشد یا بیمه گر خطرات را به گونه ای درست تر از صادرکننده تشخیص دهد و یا برای بیمه نیز سوبسید پرداخت گردد، بیمه صادرات، هزینه های ناشی از این شکاف را می کاهد. در هر یک از دو حالت اول، بازار خصوصی می تواند بیمه ای بدون سوبسید به صادرکنندگان عرضه دارد، به شرط آنکه مازادی برای تأمین هزینه های اداری تولید شود. در مواردی که برای بیمه، سوبسید پرداخت میشود، دولت بخشی از هزینه های

تقلیل خطر صدور کالا را جذب می کند. این هزینه ها می توانند قابل توجه بوده و لزوماً کمتر از منافع حاصل از تقلیل خطر نباشند.

فقدان بیمه ای که بخش خصوصی آنرا عرضه میدارد، زمانی به عنوان نارسائی بازار - که دولت می تواند با دخالت خود آنرا جبران کند - تلقی میشود. بهرحال، «غیررقابتی بودن بازار»<sup>۱</sup> لزوماً نارسائی بازار نیست و مداخله را توجیه نمی کند. بازارهای بیمه ممکن است بدلائل زیر به صورت غیررقابتی درآیند:

**خطر اخلاقی<sup>۲</sup>:** این خطر هنگامی پدیدار می گردد که صادرکننده به محض استفاده از بیمه، انگیزه ای برای تغییر رفتار خود پیدا کند. فراهم شدن بیمه، به صادرکنندگان امکان میدهد کالاهای خود را به مشتریانی بفروشند که معامله با آنان خطرات بیشتری در بردارد و به این ترتیب خطراتی را که مایل به قبول آنها نیستند به بیمه گران منتقل سازند. بتدریج، بیمه گران بیش از زیانهای مورد انتظار متضرر خواهند شد، مگر اینکه این رفتار را دقیقاً پیش بینی کرده و حق بیمه هایی متناسب با آن تعیین نمایند. بنابراین حق بیمه افزایش می یابد و بعضی از بیمه گران و همینطور صادرکنندگان از بازار خارج می شوند. خطر اخلاقی

(1): Premium

(1): Incomplete market

(2): Moral hazard

می‌تواند بازارهای بیمه را به صورت «غیررقابتی» درآورد، زیرا برخی حوادث ممکن است برای بعضی از اشخاص، قابل بیمه نباشد و همینطور بعضی حوادث برای هیچکس.

**انتخاب نامناسب:**<sup>۱</sup> در معاملات بین‌المللی مختلف درجه خطر نیز تفاوت دارد. اگر بیمه‌گران نتوانند «خطر»<sup>۲</sup> را به خوبی مشتریان خود تشخیص دهند، مبنای حق بیمه به جای اعمال نرخهای مختلف برحسب خطر، متوسط نرخ می‌شود که برحسب تجربه برای حوادث گوناگون بدست می‌آید. در چنین حالتی، صادرکننده انگیزه لازم را پیدا می‌کند تا کالای خود را به خریدارانی بفروشد که معامله با آنان خطرات زیادی دربردارد (زیرا حق بیمه پرداختی کمتر از زیانهای ناشی از خطراتی است که در این معاملات وجود دارد). در عین حال هیچ انگیزه‌ای برای بیمه‌کالا در معامله با خریداران کم‌خطر بوجود نمی‌آید. بتدریج بیمه‌گران ناچار خواهند شد، براساس تجدیدنظرهایی که، برای جلوگیری از زیان بیشتر، در برآوردهای خود از خطرات احتمالی بعمل می‌آورند، حق بیمه را افزایش دهند. افزایش حق بیمه به نوبه خود، بیمه‌شدن در برابر خطرات را پرهزینه می‌گرداند و در نهایت تنها معدودی

از کالاهای صادراتی که معامله آنها با خطرات زیادی همراه است، بیمه خواهند شد.

انتخاب نامناسب و خطر اخلاقی مشخصه‌های بازار تلقی می‌شوند و نه نارسائی بازار و بنابراین وجود آنها حمایت دولت از بیمه صادراتی را توجیه نمی‌کند. آنها ویژگیهای ذاتی خطر و نامناسب بودن اطلاعات را نشان می‌دهند و اعم از اینکه بیمه دولتی یا خصوصی باشد، باز هم وجود خواهند داشت. دلیلی در دست نیست که بخش عمومی، به گونه‌ای مؤثرتر از بخش خصوصی، با این عوامل برخورد کند.

## دلایل دیگر

دلایل دیگر اعتبار و بیمه صادراتی به قرار زیرند:

**سیاستهای صنعتی:** در سالیان اخیر تشویق صادرات گاه به صورت جنبه‌ای از سیاستهای تجاری استراتژیک درآمده است، که هدف آن مثلاً در یک بازار داخلی کوچک، بهره‌مندی از «صرفه‌جویی‌های مقیاس» در تولید است. حتی اگر این منطق در بعضی از موارد مصداق داشته باشد، یک سیاست تجاری استراتژیک مؤفق معمولاً به محرکهای بزرگتری نیاز دارد تا محرکهایی که

(1): Adverse Selection

(2): Risk



نوعاً در چهار چوب برنامه‌های اعتبار و بیمه صادراتی، بوجود می‌آیند. برای مثال در کشور ونزوئلا، «صندوق تأمین مالی صادرات»<sup>۱</sup> اعتبارات بلندمدتی را به صورت دلار و با نرخ نازلتر از نرخ که خود دولت ونزوئلا از بازارهای سرمایه بین‌المللی قرض می‌گیرد، در اختیار خریداران خارجی می‌گذارد.

در بهترین برنامه‌های این صندوق که مدت اعتبار اعطایی کمتر از یکسال است، متوسط سوبسید پرداختی ۲ تا ۳ درصد قیمت فوب کالای صادراتی و یا ۳ تا ۵ درصد ارزش افزوده آن کالا، به قیمت‌های جهانی بوده است. بعلاوه سیاست‌گذارانی که سیاست تجاری استراتژیک را تعقیب می‌کنند ممکن است در مورد چگونگی اجرای سیاست‌های تشویق صادرات و تطبیق آن با تغییرات شرایط بازار اطلاعات کافی نداشته باشند.

**مزایای جنبی صادرات<sup>۲</sup>:** بعضی از طرفداران تشویق صادرات مدعی هستند که مزایای جنبی تولید صادراتی (برای مثال، منافع ناشی از رقابت با شرکتهای تجاری نیرومند یا مزیت‌های انتقال تکنولوژی) منافع اجتماعی صدور را از منافع خصوصی آن بیشتر می‌گرداند. در عین حال، عده‌ای

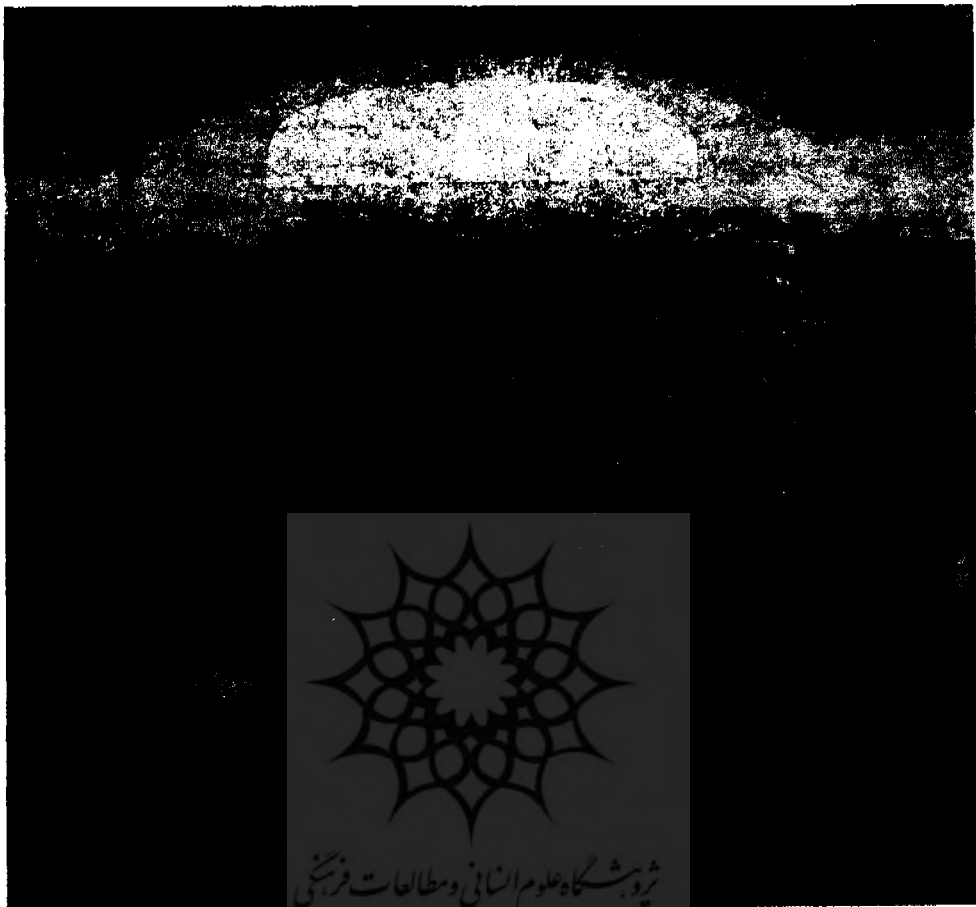
دیگر ادعاهای مشابهی برای جانشین‌سازی واردات دارند، اما معیارهایی برای اندازه‌گیری مزیت‌های جنبی هیچ یک از این دو استراتژی وجود ندارد. حتی اگر این مزیت‌های جنبی صادرات، مؤید تشویق صادرات باشند، باز هم محملی برای اعتبار یا بیمه صادراتی بوجود نمی‌آورند، در عوض لزوم اتخاذ سیاست‌هایی را نشان می‌دهند که تمایلات موجود علیه صادرات را مستقیماً از میان ببرد، یا در مواقعی که مزیت جنبی وجود دارد در بازار، دخالت صورت گیرد.

#### **اشتغال و موازنه پرداختها: بیکاری و**

کسری تجاری نیز بعنوان دلایلی برای اجرای برنامه‌های اعتبار و بیمه صادراتی اقامه شده‌اند. بدون تردید، محرک‌های صادراتی، اشتغال را در فعالیتهای مربوط به این بخش افزایش می‌دهند و اقتصاد را از تخصیص سودمند منابع بازمیدارند. در مواردیکه بازار کار با بیکاری عمومی یا عدم تعادل روبروست، راهیافتهای دیگر برای ایجاد اشتغال (برای مثال اتخاذ سیاست‌های پولی، مالی یا مربوط به کار) مناسب‌تر خواهند بود زیرا عدم تعادل‌های ناشی از اعتبار صادراتی و بیمه اعتبار صادراتی راه به همراه ندارند. حتی اگر اعتبار و بیمه صادراتی بتواند صادرات را موقتاً افزایش دهد، نرخ ارز

(1): Export Financing fund (FINEXPO)

(2): Export externalities



ژوئیه ۱۳۸۵  
شماره ۱  
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

رتال جامع علوم انسانی

صادرکنندگان خود را قادر سازد که با شرایط پیشنهادی کشورهای دیگر مقابله کنند. این مفهوم از «انصاف»<sup>۱</sup> که یک کشور باید برای صادرکنندگانش همه‌گونه مزایایی را فراهم آورد که صادرکنندگان کشورهای دیگر از آنها برخوردارند، اصل مزیت نسبی را که زیربنای تجارت بین‌المللی را تشکیل

افزایش می‌یابد، واردات بیشتر می‌شود و اشتغال در فعالیت‌های رقیب در بخش واردات افت پیدا می‌کند تا بهبود ایجاد شده در موازنه پرداختها و همین‌طور مشاغل ایجاد شده در فعالیتهای صادراتی جبران گردند. **مقابله با برنامه‌های کشورهای دیگر:** گاه استدلال می‌شود که یک کشور باید

(1): Fairness

می دهد، سست بنیاد می کند و تخصیص غیر سودمند منابع را در یک کشور یا در میان کشورها تشویق می نماید. نتیجه آن می شود که در کشوری، که برای مثال نیروی کاری یا منابع طبیعی در آنجا گران است باید از بابت این داده ها سوبسید پردازد تا تولیدکنندگان آن کشور بتوانند با تولیدکنندگان سایر کشورها — که تهیه این عوامل در آنجا ارزانتر است — رقابت کنند.

اگر فروش صادراتی صرفاً بدان دلیل صورت گیرد که کشور صادرکننده با شرایط اعتباری و بیمه کشورهای دیگر مقابله کند، آن کشور در واقع به کشورهای واردکننده هدیه می دهد و هزینه های اداری و تخصیص منابع را خود متقبل می شود. صدور کالا ممکن است این هزینه ها را جبران نکند یا نه. اگر پنداشته شود که اقدامات رقابتی برای تأمین مالی کالای صادراتی پس از حمل، جنبه دائمی دارد، کشوری که با این اقدامات مقابله می کند، بهتر است به جای تقبل هزینه های نامعلومی که مداخله ممکن است در برداشته باشد، منابع را بطور واقعی برای دیگر فعالیتها تخصیص دهد. معدودی از کشورهای در حال توسعه بقدر کافی بزرگ هستند که با پرداخت سوبسید برای برنامه های اعتبار صادراتی، کشورهای دیگر را تهدید کنند، اما هنگامیکه این برنامه ها در

کشورهای پیشرفته به اجرا درمی آیند به اثبات رسیده که پرهزینه اند و احتمال محدود ماندن چندانی ندارند. طبق یک برآورد در دهه ۱۹۷۰ کشورهای واردکننده تمام یانیمی از سوبسید برنامه های اعتبار صادراتی سازمان همکاریهای اقتصادی و توسعه را دریافت کرده اند. بانک صادرات — واردات هند، که از طرفهای تجاریش در سازمان فوق الذکر الگوبرداری کرده است، امکان دارد زیانهای مکرری به اقتصاد هند وارد آورد، بطوریکه سوبسیدهای پرداختی آن که به رقم ۱۳۸ تا ۶۱۰ میلیون روپیه در سال ۱۹۸۵ بالغ میشود، به واردکنندگان منتقل گردد.

**جابجایی صنعتی<sup>۱</sup>: پرداخت سوبسید بجهت فروش کالاهای صنعتی خاصی در بازارهای بین المللی به منظور اجتناب از جابجایی یک صنعت، سیاستی پرهزینه بوده و زیانهای آن برای اقتصاد کشور بیش از ارزش مشاغل حفظ شده است. برای مثال برآورد میشود که رقم سوبسیدهای پرداختی فرانسه طی دهه ۱۹۸۰ از بابت تسهیل اعتبارات صادراتی، ۰/۵ درصد از تولید ناخالص ملی آن کشور را تشکیل می داده است.**

**کمک به منظور توسعه<sup>۲</sup>: گاه اعتبار صادراتی و بیمه اعتبار صادراتی بعنوان**

(1): Industrial dislocation

(2): Development aid

وسایلی برای کمک به توسعه بکار رفته اند. برنامه هایی از این نوع عمدتاً به منظور تسهیل صادرات تنظیم می شوند تا کشور صادرکننده از آن منتفع گردد و یا هزینه های صادرکننده برای تدارک کمک تقلیل یابد. سهم کشور واردکننده از این مزایا به همان میزانی است که کشور صادرکننده قیمت ها را کاهش می دهد، اما ماهیت تجاری این برنامه ها، آنها را بعنوان وسایلی برای کمک به توسعه در معرض سؤال قرار می دهد.

### نتیجه گیری

اغلب در مورد ارزش عملی برنامه های دولتی اعتبار صادراتی و بیمه اعتبار صادراتی در پیشبرد صادرات اغراق میشود. این برنامه ها از لحاظ نظری به خوبی توجیه نشده اند، همینطور مدارک روشنی دال بر مضار انحرافات گفته شده یا منافع مداخله جهت تصحیح آنها وجود ندارد. بر عهده طرفداران اعتبار و بیمه صادراتی است که چگونگی این انحرافات را نشان دهند، مدارکی در مورد اهمیت آنها عرضه دارند و اثبات کنند که اعتبار و بیمه صادراتی بهترین طرق تصحیح این نارسائیهها بشمار

می آیند. هنگامیکه دولت ها در صدد برمی آیند تا در برنامه های تشویق صادرات — با توجه به هزینه های خالص آن برای اقتصاد — تجدیدنظر بعمل آورند، مقتضی است که این حرکت در جهت نزدیک شدن به نرخ بهره و حق بیمه در بازار باشد. برای مثال کلمبیا نرخ بهره را برای بسیاری از اعتبارات صادراتی از ۱۹ درصد طی سالهای ۱۹۸۰-۸۳ به ۳۵ درصد در سال ۱۹۸۸ افزایش داد. در مورد اعتبار پس از حمل باید گفت که اگر صادرکنندگان باور داشته باشند که حفظ نرخهای زیر بازار برای مقاصد تجاری لازم است، دولت می تواند به اعطای وام همچنان ادامه دهد به شرط آنکه برای صادرکنندگان هزینه ای معادل سوبسید در نظر گرفته شود. این امر سبب میشود که استفاده کنندگان از خدمات دولتی هزینه آنرا تقبل کنند. حق بیمه نیز باید به سطحی افزایش یابد که خطرات و هزینه های اداری را تحت پوشش قرار دهد. همینطور لازم است که برای انتقال مدیریت بیمه از دولت به بیمه گران خصوصی، گامهایی برداشته شود. \*

\* به نقل از:

«Export Credit and Insurance for Export Promotion» *Finance & Development*, vol. 25, No. 4, December 1988.. pp. 53-55.